



PEMANFAATAN TEKNOLOGI PEMASARAN DIGITAL DAN MANAJERIAL KEWIRAUSAHAAN BAGI MASYARAKAT TERDAMPAK COVID-19 DI DESA MAGUWOHARJO, SLEMAN-YOGYAKARTA

Arief Subyantoro¹, AYN. Warsiki², Afni Sirait³

^{1,2,3} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Email: ¹arief.subyantoro@upnyk.ac.id, ²warsiki@upnyk.ac.id,

³afni.sirait@upnyk.ac.id

Abstract

Global health problems due to the COVID-19 pandemic have had a significant impact on many sectors, one of which is the economic sector. Indonesia is one of the countries that has been hit hard by this pandemic because most of the business actors in Indonesia belong to the MSME sector. The assessment conducted by the Women Farmers Group (KWT) “Mentari” Karangloso, Maguwoharjo recorded 144 families of 152 respondents who were economically affected by the current COVID-19 pandemic. To overcome this condition, Community Service (PbM) is carried out which aims to assist managerial abilities and the use of digital marketing-based technology by increasing the income of MSME actors, increasing the ability of housewives to support the family economy, and achieving food independence. This service is carried out for 5 weeks from May 2, 2021 to June 6, 2021. The results of mentoring from service activities show an increase in sales of MSME business actors by an average of 10%.

Keyword: *SME’s Managerial, Digital Marketing*

Abstrak

Masalah kesehatan yang mendunia akibat pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan dibanyak sektor salah satunya sektor ekonomi. Indonesia menjadi salah satu negara yang terpuruk akibat pandemi ini, dikarekan sebahagian besar pelaku usaha di Indonesia tergolong dalam sektor UMKM. Assessment yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) “Mentari” Karangloso, Maguwoharjo tercatat 144 keluarga dari 152 responden yang terdampak secara ekonomi dari pandemi COVID-19 saat ini. Mengatasi kondisi ini maka dilakukan Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) yang bertujuan untuk membantu kemampuan manajerial dan pemanfaatan teknologi berbasis pemasaran digital dengan peningkatan pendapatan para pelaku UMKM, peningkatan kemampuan para ibu rumah tangga untuk menopang perekonomian keluarga, dan tercapainya kemandirian pangan. Pengabdian ini dilakukan selama 5 minggu sejak tanggal 2 Mei 2021 hingga 6 Juni 2021. Hasil pendampingan dari kegiatan pengabdian menunjukkan terjadi peningkatan penjualan pelaku usaha UMKM rata-rata 10%.

Kata Kunci: *UMKM, Manajerial, Pemasaran Digital*

PENDAHULUAN

Perubahan yang terjadi saat ini dalam penggunaan teknologi faktanya terjadi secara massif. Teknologi menjadi sangat dekat dan erat dalam setiap sektor kehidupan sehari-hari. Kemajuan teknologi ini merubah kebiasaan dan pola hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, bekerja, berkomunikasi, bahkan kebutuhan akan hiburan. Semenjak pandemi COVID-19 terjadi, berbagai industri merubah secara drastis model bisnis untuk memberikan layanan/pelayanan dalam bentuk produk atau jasa.

Berbagai industri yang ada saat ini mencari dan melakukan riset terus-menerus dalam rangka peningkatan pelayanan. *Market place* berbasis teknologi bermunculan yang didirikan oleh perusahaan teknologi yang dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk menawarkan dan menjual produk atau jasa. Pelaku bisnis dapat memperoleh akun gratis hingga akun yang berbayar. Selain *Market place* muncul juga berbagai media sosial yang awalnya digunakan untuk kebutuhan komunikasi jejaring berubah menjadi *platform* untuk berbisnis. *Platform* media sosial tersebut seperti Whatsapp, Instagram, twitter, tik-tok, snapvideo, dan masih banyak lagi.

Penggunaan *market-place* dan *platform* media sosial ini membantu pelaku bisnis untuk menawarkan secara digital. Pemasaran digital menjadi salah satu cara yang dapat digunakan saat ini untuk menghemat biaya. Penjual akan menemukan pembelinya sendiri atau pembeli akan menemukan kebutuhannya sendiri tanpa harus bertemu secara fisik. Wilburn & Wilburn (2018) menjelaskan bahwa teknologi menjadi sebuah alat yang dapat digunakan untuk mempercepat peningkatan kemampuan bisnis serta memberikan hasil pengolahan data yang cepat dan akurat. Kemudahan dan percepatan yang diberikan membantu pelaku bisnis untuk menggunakan waktu dan biaya secara efektif dan efisien.

Gaya hidup dan pola pemenuhan kebutuhan yang serba teknologi ini menjadi peluang yang harus ditangkap dan dikembangkan. Hal ini tidak hanya dapat diimplementasikan dalam bisnis baru tetapi juga bisnis yang sudah lama dibangun. Para pelaku bisnis diindustri lama dapat melakukan transformasi digital dan teknologi dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Sektor usaha yang banyak melakukan transformasi ini yaitu industri transformasi, fashion, *good consumer*, dan masih



banyak lagi. Bican & Brem (2020) menjelaskan bahwa model bisnis digitalisasi, transformasi digital, dan kewirausahaan berbasis digital menjadi perpaduan lengkap untuk menjawab kebutuhan bisnis saat ini.

Siklus hidup produk menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam menentukan strategi bisnis. Tahap pengenalan menjadi momentum untuk menarik perhatian *customer* untuk membeli produk atau jasa. Tahap awal ini penting bagi perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat agar produk dikenal dipasaran. Perubahan pola hidup karena kemajuan teknologi mengakibatkan metode pemasaran juga harus berubah. Metode pemasaran yang biasanya dilakukan dengan menggunakan brosur atau selebaran dirubah secara drastis berbasis digital atau virtual. Muncul banyak *platform* untuk memasarkan produk yang dapat digunakan oleh pelaku bisnis untuk menitipkan pemasarannya hingga penjualannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zhu & Gao (2019) pemasaran digital di industri retail menjadi hal wajib yang harus dilakukan saat ini. Hal ini dikarenakan teknologi dan fenomena *big data* menjadi hal yang mendasari saat ini. Pemasaran secara tradisional akan mengerus pelaku usaha bisnis retail tradisional bahkan dapat ditinggalkan oleh *customer*.

Kondisi di dua jenis industri yang dijelaskan diatas merupakan kondisi transformasi yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis di usaha lainnya. Pelaku usaha terbanyak di Indonesia mayoritas bergerak di sektor UMKM. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diakui terutama saat krisis ekonomi tahun 1998 terjadi. Indonesia dapat tetap bertahan karena industri ini bergerak perlahan menggerakkan ekonomi Indonesia perlahan. Industri yang tetap eksis dan berkontribusi banyak untuk Indonesia harus tetap dan terus dipertahankan.

Pendampingan dan pemberian dana untuk industri ini terus dilakukan pemerintah melalui perbankan BUMN atau Swasta yang ada di Indonesia. Astawa, Agus, Er, Putu, & Harini (2021) melalui acara pendampingan dan pengabdian masyarakat di Desa Bales Bale Agung membuktikan bahwa kegunaan teknologi membantu masyarakat untuk berinovasi dalam memasarkan produknya.

Unsur-unsur manajemen yang meliputi *Man, Money, Material, Machines, Methods*, dan *Market* atau biasa disebut dengan 6M merupakan satu kesatuan yang utuh. Manusia menjadi hal utama yang akan mengelolah dan mengorganisir unsur-unsur dibawahnya. Kemampuan manajerial dari seorang wirausaha akan ditunjukkan dari kecakapan mengelolah sumber daya, kapasitas, dan kapabilitas yang dimiliki. Kemampuan manajerial menjadi salah satu hal mendasar yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis. Kemampuan ini meliputi kemampuan atau keahlian dalam merencanakan, mengimplementasikan, mengorganisir, mengawasi, menganalisis, hingga mengevaluasi sebuah bisnis dari hulu ke hilir. Nazari (2018) mengemukakan bahwa kemampuan dalam menganalisis masalah dan mengenali lingkungan usaha menjadi hal pokok yang akan digunakan untuk memilih metode atau gaya kepemimpinan yang baik.

Popescu, Iancu, Avram, Avram, & Popescu (2020) menjelaskan bahwa kemampuan manajerial dari seorang wirausaha khususnya UMKM dipengaruhi oleh kesadaran diri, kecerdasan emosional, dan kemampuan interpersonal. Perpaduan ketiganya mencerminkan kemampuan dan pengalaman manager dalam bekerja untuk meningkatkan keberlangsungan usaha.

Kelompok Wanita Tani (KWT) *“Mentari” Maguwoharjo-Sleman* berdomisili di dusun-dusun dari Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Kelompok Wanita Tani beranggotakan 1641 orang yang berasal dari 556 keluarga, dan 144 keluarga di antaranya sangat terdampak oleh pandemi COVID-19. Anggota dari KWT ini merupakan petani, pekerja lepas, ibu rumah tangga, para karyawan swasta yang dirumahkan, driver online, pelaku usaha jasa, serta para pelaku Usaha Mikro, Menengah dan Kecil.

Pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan bagi para pelaku usaha ini terutama dari sisi pendapatan atau ekonomi keluarga. Berikut ini disajikan perubahan pendapatan yang dialami oleh anggota KWT.



Tabel 1. Hasil Survei Pendapatan Mitra Pengabdian

Sebelum Pandemi COVID-19		Besarnya Penurunan Akibat Pandemi COVID-19	
Nominal (Rp)	Orang	Persentase (%)	Orang
<1.000.000	21	1% - 9%	1
1.000.000 – 2.000.000	49	10% - 49%	25
>2.000.000 – 5.000.000	72	50% - 75%	56
>5.000.000 – 10.000.000	1	76% - 99%	18
>10.000.000	1	100%	44
Jumlah	144	Jumlah	144

Pendapatan dan penghasilan keluarga mengalami penurunan secara drastis yang memicu kesenjangan ekonomi semakin terjal. Situasi perekonomian yang sangat tertekan tersebut, mereka mengalami depresi yang hebat karena lemah dalam manajerial usaha dan manajemen risiko. Permasalahan **pertama** dimulai dari sistem pemasaran non-digital tidak efektif digunakan sejak pandemic Covid-19 mulai mewabah. Para pelaku usaha mikro, menengah, kecil, dan usaha rumahan kehilangan *customer* ketika implementasi kebijakan PSBB diberlakukan. Anggota KWT belum memiliki keterampilan dalam menggunakan berbagai media digital untuk memasarkan produk-produk mereka secara online.

Permasalahan **kedua**, pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola usaha merupakan keharusan bagi para pelaku wirausaha masih belum mumpuni. Masalah utama dalam hal ini ialah pengelolaan administrasi dan keuangan. Kemampuan mengelola administrasi dan keuangan akan sangat membantu menganalisis kondisi dan perkembangan usaha mereka. Permasalahn **ketiga**, wirausaha memiliki pemahaman yang kurang dalam mengukur risiko usaha. Kemampuan ini untuk mengelola risiko membantu menemukan masalah yang mungkin akan terjadi dan alternatif solusi yang dapat disusun.

Permasalahan **keempat**, potensi depresi yang dihadapi karena tekanan secara internal dan eksternal pelaku usaha, Permasalahan **kelima**, kurangnya motivasi pelaku usaha untuk menjalankan usahanya. Motivasi menurun diakibatkan kondisi pasar yang semakin tidak terkendali dan kemampuan beradaptasi semakin menurun.

METODE PELAKSANAAN

Langkah kongkrit sebagai wujud nyata tridarma perguruan tinggi di masyarakat maka dilakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta tahun 2020 melalui pelatihan Pemanfaatan Teknologi Pemasaran Digital dan Manajerial Kewirausahaan Bagi Masyarakat Terdampak COVID-19 di Desa Maguwoharjo, Sleman-Yogyakarta. Kegiatan pengabdian ini dilakukan selama 5 kali dalam 5 minggu.

Metode dan tahapan dalam penerapan teknologi kepada masyarakat, mulai dari indentifikasi kebutuhan masyarakat, memberikan berbagai macam pelatihan serta perencanaan produk yang sesuai, pembuatan produk, pendampingan operasional, membantu pemasarannya menggunakan berbagai media dan teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran produk-produk usaha, strategi pemasaran online, serta teknik pengemasan produk yang baik. Pelatihan diberikan oleh beberapa narasumber yaitu:

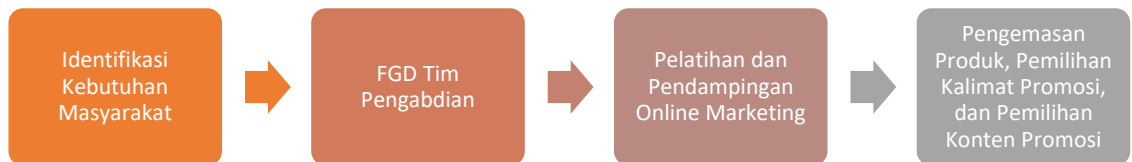
- a. Ibu Pratiwi dari Asosiasi KSM Sanitasi Seluruh Indonesia
- b. Ibu Deni Ariyati Marketing Manager Larissa Aesthetic Yogya
- c. Dr. A. Totok Budisantoso, MBA., Akt., CA Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Atmajaya Yogyakarta
- d. Tim Litbang GMBA Maguwo
- e. Alice Whita Savira, S.Psi., M.Psi., Dosen Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma
- f. Frista, S.H., S.E., M.S.Ank Dosen Prodi Akuntansi Universitas Kristen Duta Wacana
- g. Prof. Arief Subyantoro Dosen Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Metode pelaksanaan dan tahapan dalam pengabdian ini akan dilakukan sebagai berikut:



1. Pelatihan Pemasaran Online

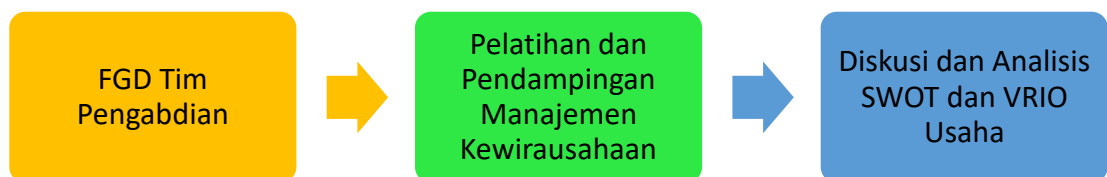
Pelatihan pemanfaatan teknologi pemasaran secara online, strategi pemasaran online, dan cara pengemasan produk untuk pemasaran online. Pengenalan teknologi media-media online dan teknologi pemasaran digital.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran Online

2. Pelatihan Manajemen Kewirausahaan

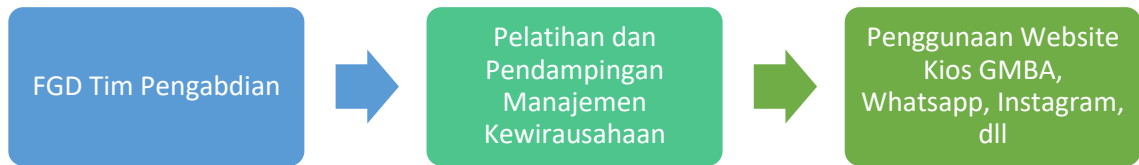
Selain pelatihan terkait administrasi dan keuangan usaha, perlu diperkenalkan pelatihan yang berkaitan dengan manajemen risiko, manajemen stress, serta motivasi berusaha. Kemampuan manajemen usaha yang baik akan membantu para pelaku usaha mengelola usahanya sehingga dapat menghindari berbagai kemungkinan risiko yang akan muncul. Masalah yang sering mengakibatkan risiko besar bagi pelaku usaha yaitu manajemen pengelolaan keuangan yang buruk. Diskusi menciptakan/menemukan ide dan kemampuan manajerial dengan memberikan pemahaman tentang analisis SWOT dalam pengembangan usaha.



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Pelatihan Manajemen Kewirausahaan

3. Pelatihan pemanfaatan teknologi pemasaran online akan meningkatkan pangsa pasar produk-produk usaha. Strategi pemasaran online yang baik tentu akan menarik minat calon pembeli. Implementasi teknologi digital dengan memanfaatkan media sosial (seperti Whatsapp Group, Instagram, telegram, dll), website, dan e-mail. Pengimplementasian teknologi ini dengan pendampingan pemilihan kalimat menarik untuk promosi, penyusunan

konten bahasa, hingga cara mengambil gambar untuk dipromosikan atau dipasarkan.



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan Pelatihan Pemanfaatan Teknologi



Gambar 4. Pembukaan Acara PbM



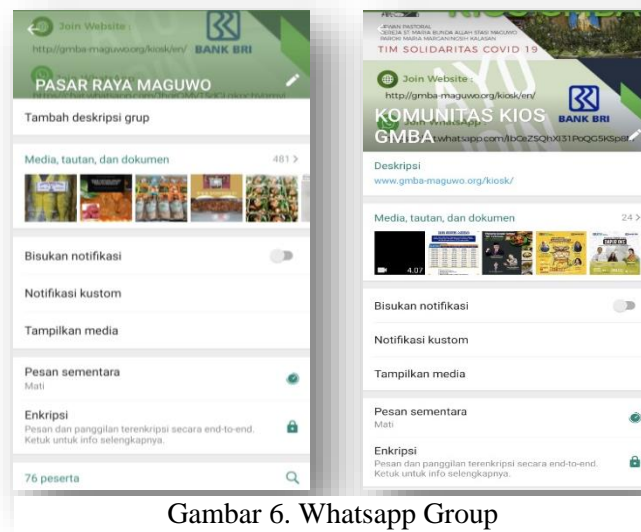
Gambar 5. Sosialisasi dan Penjelasan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelatihan minggu pertama diberikan oleh Ibu Deni Ariyanti (Manajer Larissa Aesthetic Yogyakarta) yang membahas tentang “Pemasaran Online”. Pelatihan ini dimulai dengan memberikan penjelasan melalui presentasi, kemudian dilakukan tanya-jawab seputaran materi yang diberikan, selanjutnya peserta diminta untuk memanfaatkan beberapa media sosial yang dimiliki untuk menyusun materi promosi secara online.

Pembentukan Whatsapp Group ini diperuntukkan untuk menjadi media promosi pertama yang sangat dekat dengan peserta pelatihan. Peserta pelatihan diberikan pendampingan untuk mengambil foto dan menyusun kalimat pemasaran yang menarik



Gambar 6. Whatsapp Group

Pelatihan minggu kedua dilakukan Minggu, 9 Mei 2021 di tempat yang sama di setelah selesai misa pagi. Pelatihan ini didampingi oleh Bapak Dr. A. Totok Budisantoso, MBA., Akt., CA (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Atmajaya Yogyakarta) yang memberikan pendampingan terkait Manajemen Kewirausahaan. Para peserta pelatihan diajak untuk mulai mengidentifikasi tindakan yang selama ini dilakukan saat menjalankan usahanya. Hal ini juga baik dilakukan untuk para pelaku usaha yang akan memulai usahanya dikarena menjadi awal untuk melakukan identifikasi kelebihan dan kekurangan untuk memasuki pasar terutama dengan kondisi *red ocean*.

Pelatihan minggu ketiga dilakukan Minggu, 16 Mei 2021 yang diberikan oleh Bapak Frista, S.H., S.E., M.S., Ak (Dosen Akuntansi UKDW). Pelatihan ini membahas tentang manajemen risiko. Para pelaku bisnis diminta untuk mengkategorikan risiko yang mungkin terjadi saat pandemi COVID-19. Risiko bisnis yang sering terjadi dalam bisnis seperti risiko kebangkrutan, ketidakpastian, pencurian, dan mal-administrasi. Analisis pengendalian internal yang dilakukan akan meliputi analisis lingkungan pengendalian, penilaian risiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi, dan pengawasan. Pengkategorian risiko ini dilakukan untuk menentukan alternatif solusi yang dapat disiapkan oleh para pelaku usaha dalam menjalankan usahannya.

Pelatihan minggu keempat dilakukan pada Minggu, 23 Mei 2021 yang

diberikan oleh Ibu Alice Whita Savira dengan materi manajemen stress. Kondisi pandemi COVID-19 yang saat ini terjadi memberikan tekanan secara emosional dalam menjalankan bisnis. Tekanan emosional yang dirasakan dalam bisnis dapat berasal dari keluarga, pekerjaan, dan masyarakat dengan tingkatan tekanan yang berbeda-beda.

Pelatihan minggu kelima dilaksanakan pada Minggu, 6 Juni 2021 yang diberikan oleh Bapak Dr. A. Totok Budisantoso, M.BA., Akt., CA (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Atmajaya Yogyakarta). Pelatihan ini merupakan pelatihan terakhir dari rangkaian pelatihan yang diberikan kepada anggota KWT “Mentari”. Pelatihan terakhir ini dilakukan dengan melakukan menggunakan metode “Mencicip Spirit”. Hal yang dilakukan adalah mencari, menguji, menentukan posisi, dan produk jadi. Selain penerapan metode “mencicip spirit” hal yang menjadi perhatian juga adalah seorang wirausaha dilahirkan atau diperjuangkan.



Gambar 7. Pemberian Materi Membangun Semangat Berwirausaha

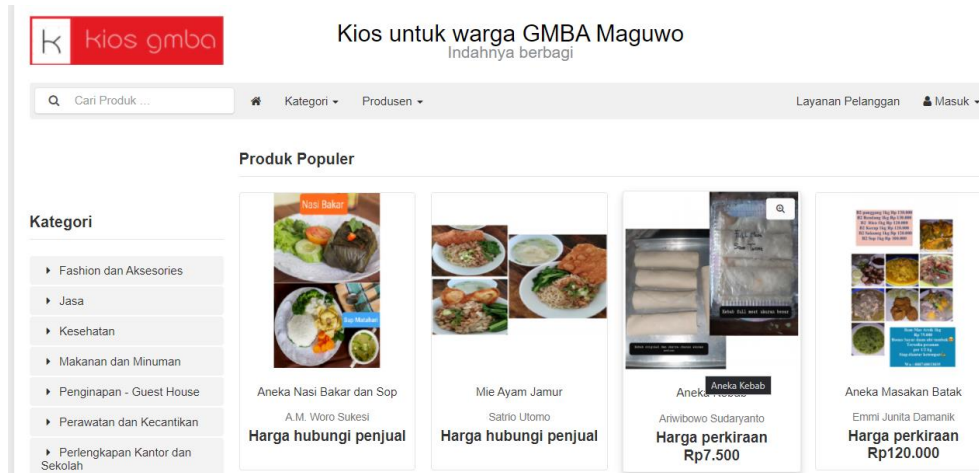
Pembahasan

Kegiatan pelatihan yang dilakukan dalam 5 minggu sejak tanggal 2 Mei 2021 hingga 6 Juni 2021 di gereja Katolik Bunda Maria Maguwoharjo. Pelaksanaan yang diikuti oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) “Mentari” menghasilkan luaran pengabdian berupa, yaitu:

1. Terbentuknya Whatsapp Group – Media ini digunakan untuk mempromosikan produk. Awalnya hanya menjelaskan produk seadanya, setelah pelatihan peserta dapat merangkai kalimat promosi yang menarik dan mengambil foto

produk yang menarik.

2. Penggunaan Website Kios GMBA – Website ini dibangun oleh tim humas GMBA Maguoharjo. Pelatihan ini membantu para anggota KWT untuk mulai menggunakan website ini dalam menawarkan dan menjualkan produknya dengan cara yang berbeda dari sebelumnya.



Gambar 8. Website GMBA Maguwo

3. Matrik analisis SWOT dan VRIO – Matriks ini membantu untuk mengenali prosisi tawar (*bargaining power*) dari produk dan usaha yang dijalankan. Matriks ini juga membantu untuk melakukan inovasi produk dan pengembangan distribusi produk.
4. Matrik analisis Risiko dan Kerangka Pengendalian COSO ERM – matrik ini membatu pelaku usaha untuk mengetahui kemungkinan risiko yang akan muncul dalam menjalankan usaha. Hasil matrik ini membantu untuk melakukan menyiapkan tindakan pencegahan (*preventif*) yang akan dilakukan pelaku usaha dalam menjalankan bisnis.
5. Matrik Analisis Tingkatan Stress – Matrik ini membantu untuk mengendalikan risiko emosional dalam menjalankan bisnis. Hal ini juga menjadi cara yang membantu pelaku bisnis mengukur tingkatan emosional berupa tekanan stress yang dialami sehingga dapat mengelolah emosi.
6. Rerangka Nilai-Nilai dalam Berbisnis – Luaran dari pelatihan ini memberikan perubahan cara pandang atau *mindset* berbisnis yang harusnya dimiliki pelaku bisnis. Sehingga bisnis yang dijalankan memiliki arah dan tujuan yang fokus.

7. Luaran yang sesuai dengan tujuan akhir dari pengabdian ini adalah peningkatan pendapatan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, peningkatan kemampuan para ibu rumah tangga dalam menopang perekonomian keluarga, serta tercapainya kemandirian pangan. Hasil ini terlihat dari hasil wawancara (sebelum PPKM diberlakukan) dengan para anggota KWT dan diperoleh peningkatan pendapatan rata-rata 10%.

PENUTUP

Simpulan

Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) yang telah dilaksanakan di Gereja St. Maria Bunda Allah Stasi Maguwo sejak tanggal 2 Mei 2021 – 6 Juni 2021 setiap hari minggu. Pengabdian yang diberikan kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) “Mentari” memberikan manfaat kepada para peserta berupa tambahan pengetahuan, ilmu, pemahaman, dan memberikan peningkatan pendapatan. Peserta pelatihan merasakan manfaat dengan memperoleh kenaikan pendapatan rata-rata 10% dari hasil penjualan secara online. Tujuan utama dari pelaksanaan pengabdian ini tercapai yaitu peningkatan pendapatan para pelaku Usaha Mikro Kecil, dan Menengah, peningkatan kemampuan para ibu rumah tangga dalam menopang perekonomian keluarga, dan tercapainya kemandirian pangan. Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi jalan awal bagi anggota KWT untuk memiliki kemandirian ekonomi yang lebih mapan khususnya setelah diberlakukannya kebijakan PPKM di Indonesia.

Saran

Kelompok Wanita Tani (KWT) “Mentari” penting melakukan pelatihan berkelanjutan untuk peningkatan kemampuan para anggotanya. Pelatihan yang berkelanjutan ini dapat dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan para akademisi maupun praktisi. Hal ini penting dilakukan, mengingat KWT ini memiliki potensi untuk semakin lebih berkembang dikarenakan produk yang dipasarkan merupakan jenis produk yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat.



UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan ini tidak sangat didukung oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) “Mentari” Maguharjo-Sleman dari Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Partisipasi dan dukungan yang sangat antusias dari anggota KWT sangat membantu proses pelaksanaan Pengabdian bagi Masyarakat sehingga para pendamping mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Ucapan terima kasih juga dihaturkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Dukungan yang diberikan LPPM baik dari segi material dan non-material sangat membantu keberlangsungan dan terlaksannya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Astawa, I. G. S., Agus, N., Er, S., Putu, L., & Harini, I. (2021). *Penerapan e-Commerce Berbasis Desa Adat Di Desa Baler Bale Agung Kabupaten Negara Bali*. 1(1).
- Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is there a sustainable “digital”? *Sustainability (Switzerland)*, 12(13), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su12135239>
- Nazari, R. (2018). The role of management skills in the selection of management model by sports managers. *Annals of Applied Sport Science*, 6(1), 57–64. <https://doi.org/10.29252/aassjournal.6.1.57>
- Popescu, L., Iancu, A., Avram, M., Avram, D., & Popescu, V. (2020). The role of managerial skills in the sustainable development of SMEs in Mehedinti County, Romania. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su12031119>
- Wilburn, K. M., & Wilburn, H. R. (2018). The Impact of Technology on Surgery. *Global Journal of Business Research*, 12(1), 23–29. <https://doi.org/10.1097/sla.0000000000002936>
- Zhu, G., & Gao, X. (2019). The Digital Sales Transformation Featured by Precise Retail Marketing Strategy. *Expert Journal of Marketing*, 7(1), 72–76.

“ Pemanfaatan Teknologi Pemasaran Digital Dan Manajerial Kewirausahaan Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Desa Maguwoharjo, Sleman-Yogyakarta “
Arief Subyantoro, AYN. Warsiki, Afni Sirait
